

САВОСТЬЯНОВ А. И.

Российский государственный гуманитарный университет (г. Москва)

**КУЛЬТУРА СОВРЕМЕННОГО ДИСКУРСА ТЕЛЕВЕДУЩЕГО:
К ВОПРОСУ О РИТОРИЧЕСКОМ МАСТЕРСТВЕ
В ПРОФЕССИИ ТЕЛЕЖУРНАЛИСТА**

В своей статье известный российский ученый-педагог, специалист в области риторического мастерства, культуры и техники речи профессор А. И. Савостьянов раскрывает законы современной риторики, важные в профессиональной деятельности тележурналиста.

Ключевые слова: риторика, современный дискурс.

Savostyanov A. I.

**Culture of modern TV reporter's discourse:
the question of rhetorical skills in the profession of a TV reporter**

in this article a famous Russian scientist, pedagogue, an expert in the field of rhetorical skill, culture and technology of speech Professor A. I. Savostyanov reveals the laws of modern rhetoric, important in the professional activity of a TV reporter.

Keywords: rhetoric, contemporary discourse.

Журналистский дискурс как разновидность статусно-ориентированного институционального дискурса представляет собой пространство социального взаимодействия участников телевизионной платформы. Целью дискурса телеведущего является социализация личности. Реализация этой цели связана с двумя процессами, которые протекают в органическом единстве. С одной стороны, это — процесс взаимодействия участников журналистского дискурса (телеведущего и аудитории). С другой стороны, это — процесс воздействия телеведущего как коммуникативного лидера на телеаудиторию, ее сознание, поведение, установки, что обусловлено целями и задачи профессиональной деятельности.

В процессе взаимодействия с аудиторией телеведущий дополняет картину мира зрителей новыми знаниями, что в определенной степени обогащает общественный опыт аудитории, изменяет восприятие и понимание уже известных фактов и событий, создает базу для формирования взглядов, идей, убеждений, ценностных и духовных приоритетов. Другими словами, в процессе взаимодействия со зрителями телеведущий воздействует на личность аудитории, корректируя уровень их знаний и смыслов.

Воздействие и взаимодействие — коммуникативные процессы, правильность организации которых определяет эффективность коммуникативной деятельности в рамках журналистского дискурса как акта речевого общения.

Таким образом, структура социального взаимодействия представляет собой «целостную совокупность отношений воздействий — взаимодействий компонентов» [2, с. 72]. Именно эти процессы обеспечивают достижение целей общения, а, следовательно, его эффективность.

Представляется, что эти утверждения в полной мере раскрывают и сущность коммуникативных процессов в рамках журналистского дискурса, что является одной из предпосылок и одним из факторов его гармонизации.

Каким образом процессы взаимодействия-воздействия реализуются в практике реализации журналистской деятельности в рамках дискурса телеведущего? Очевидно, что однозначного ответа на этот вопрос не может быть: спецификой названных процессов является их комплексность, сочетание различных подходов к их реализации. Остановимся на одном из возможных вариантов решения названной задачи.

Этот подход раскрывает риторический аспект описания сущностных признаков тележурналистского дискурса. В связи с этим сформируем несколько предварительных положений.

- Риторику мы рассматриваем как науку об эффективном общении.
- Риторика в связи с этим изучает приемы создания целесообразной, воздействующей гармонизирующей речи [2, с. 73]
- Речь — это средство взаимодействия людей, способ воздействия коммуникантов друг на друга в процессе общения в целом.

В связи с этим, рассмотрим, какую роль в организации общения играют законы современной общей риторики.

Закон — это категория, отображающая существенные, необходимые и повторяющиеся связи между явлениями реальной действительности. Законы, как правило, носят объективный характер. Любая целенаправленная деятельность людей опирается на знание и практическое использование законов и анализ условий и форм их проявления. Изучив характер и условия действия законов, люди могут использовать их в своих интересах. Любая область научного знания вырабатывает свои специфические законы, сила которых проявляется в определенной, более узкой, сфере действительности. В риторике, как сфере гуманитарного знания, сформулированы законы, отображающие связи между такими явлениями, как общество и речь, отношения в рамках понятий «говорящий — аудитория» («адресант — адресат»).

Мы формулируем четыре закона риторики, главным из которых является закон гармонизирующего диалога. Реализация этого закона предполагает:

- диалогическое взаимодействие участников общения, вовлечение аудитории в диалог, что проявляется в стремлении ставить вопросы, совместно искать ответы на них;
- установление с адресатом гармонических и двусторонних отношений, что проявляется в стремлении активизировать речевую деятельность аудитории, выслушать всех, кто желает принять участие в обсуждении, прокомментировать их ответы.

Второй закон современной риторики — закон продвижения и ориентации адресата. Суть этого закона в том, что телеведущий должен помочь аудитории сориентироваться в пространстве речи, преодолеть трудности, связанные с ее восприятием.

Для реализации этого закона необходимо:

- создавать у аудитории ощущение движения в пространстве речи;
- осведомлять адресата о характере «пути», о его неожиданностях и препятствиях;
- определять по мере движения те позиции, которые уже достигнуты и которые в какой-то степени помогают подготовиться к следующему этапу на пути познания смысла речи.

Закон продвижения и ориентации адресата проявляется прежде всего в общей структуре речи, каждый компонент которой выполняет свою функцию в организации движения коммуникантов в пространстве речи.

Структура должна быть ясной как для телеведущего, так и для аудитории. Ясность структуры проявляется в композиции каждой части речи, умелых переходах от одной части речи к другой, формулировании промежуточных и итоговых выводах.

Большую роль в реализации этого закона играет исполнение (произнесение) речи: излишние паузы, неумение выделять голосом (правильно интонировать) значимые смысловые блоки, регулировать темп речи — все это мешает движению, утомляет аудиторию.

Третий закон современной риторики — закон эмоциональности речи. Чтобы понять суть этого закона, задумаемся в слова Н. В. Кошанского: «Красноречие всегда имеет три признака: силу чувств, убедительность и желание общего блага» [1, с. 90].

Четвертый закон современной риторики мы формулируем как закон удовольствия. Удовольствие нужно понимать в широком смысле слова, как радость общения в любых ситуациях.

Таким образом, знание законов риторики и умение их использовать в практической деятельности обеспечивает процесс социального взаимодействия в рамках тележурналистского дискурса, эффективность приемов воздействия на аудиторию.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кошанский Н. Ф. Риторика. Москва, 2013.
2. Савостьянов А. И. О вербальной коммуникативности журналиста в учебном процессе // Материалы областной межведомственной научно-практической конференции 25 октября 2017. Коломна, 2017.